



FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO
DO ESTADO DE PERNAMBUCO
INSTITUTO EMPRESÁRIO OSCAR AMORIM DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL
INSTITUTO FECOMÉRCIO-PE - CENTRO DE PESQUISA – CEPESQ
SERVIÇO DE APOIO AS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS EM PERNAMBUCO – SEBRAE-PE



SONDAGEM DE OPINIÃO COM
CONSUMIDORES & EMPRESÁRIOS
DA **CIDADE DE CARUARU**

FIM DE ANO DE 2010

&

PERSPECTIVAS PARA 2011

NOVEMBRO DE 2010

Lucila Nastassia

ASSESSORA DE IMPRENSA
FECOMÉRCIO – PE

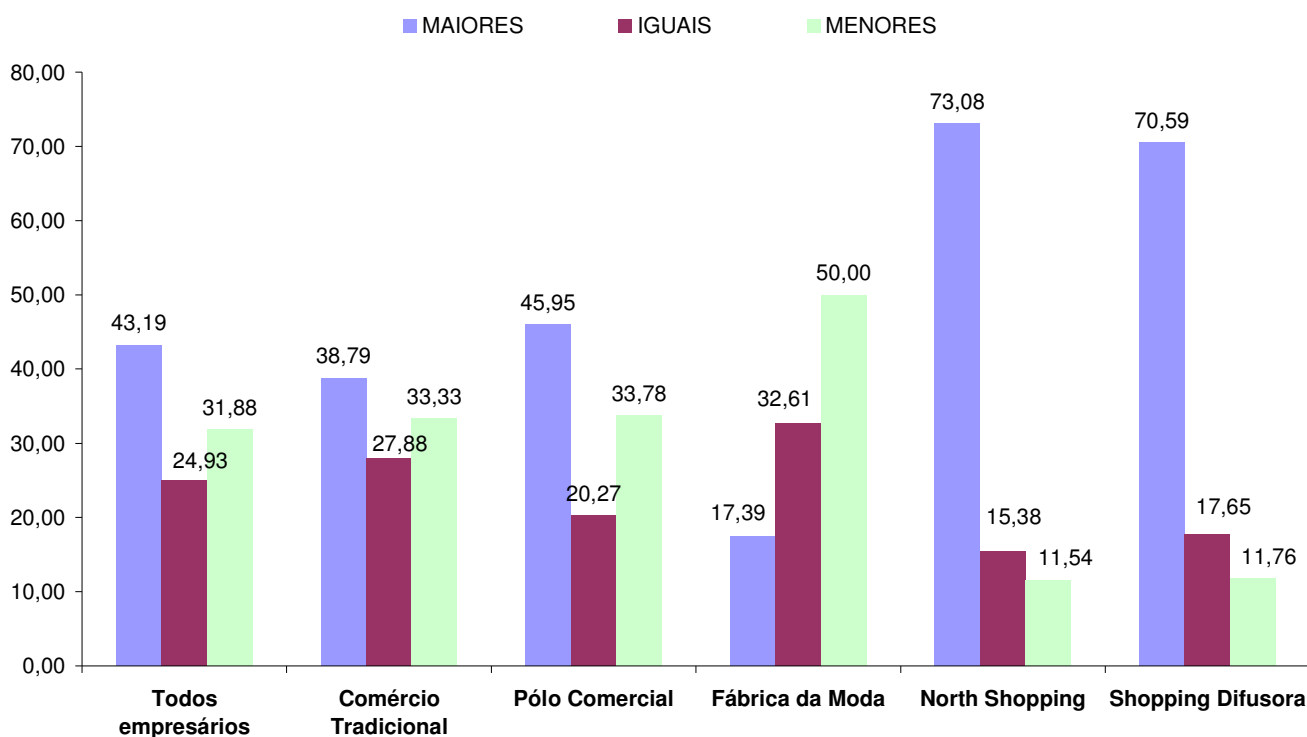
Varejo de Caruaru deve ser impulsionado pelos consumidores neste fim de ano

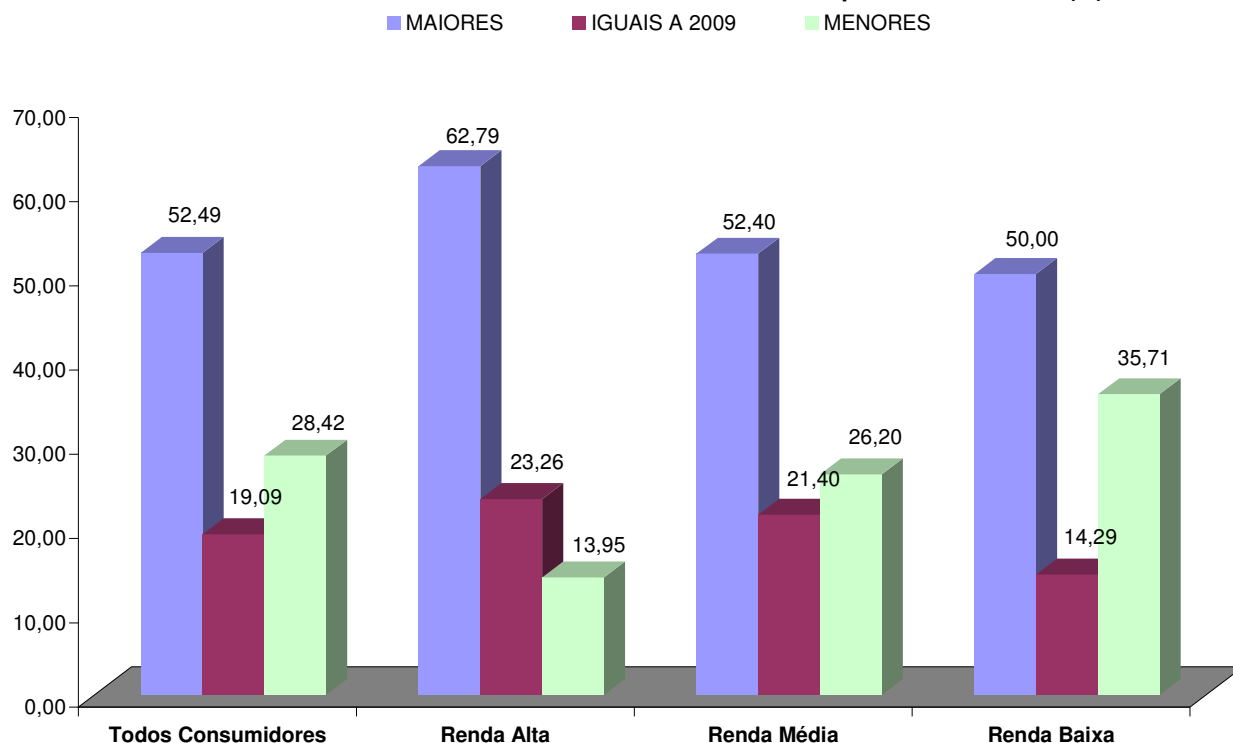
1 – EXPECTATIVAS DE EMPRESÁRIOS E CONSUMIDORES

As sondagens de opinião realizadas em Caruaru detectaram um otimismo moderado em relação ao desempenho do varejo neste fim de ano. Do ponto de vista dos consumidores, em todas as três classes de renda acompanhadas pela Fecomércio-PE, mais da metade dos entrevistados afirmaram que seus gastos deverão ser maiores do que no ano passado. Nos de maior renda este percentual chegou a quase 63%, com somente 14% admitindo gastos menores, constatando-se neste grupo um otimismo bem mais nítido de que nos de renda média e baixa.

No entanto, entre os empresários o otimismo é menos tênue. Cerca de 43% esperam um faturamento maior, contra quase 32% que admitem que suas vendas serão menores. No pólo comercial o grau de otimismo se ajusta bem aos valores médios, mas no comércio tradicional o percentual dos que esperam crescer já se aproxima dos que admitem queda. Na fábrica da moda apenas 17% que apostam em crescimento. Contrabalançando esta situação estão os shoppings centers onde cerca de 70% das previsões são de aumento do faturamento versus menos de 12% que admitem queda, sem diferença significativa entre os dois shoppings pesquisados.

Gráfico 1 - Expectativas de desempenho das vendas no comércio de Caruaru para o fim de ano de 2010, comparado o fim de ano de 2009 (%)





2 – ESTIMATIVAS DE GASTOS E DE FATURAMENTO

O número de consumidores que farão compras neste fim de ano praticamente será igual ao do ano passado, mas os gastos deverão passar de R\$641,00 para R\$716,00. Esse aumento provocará, segundo a metodologia da Fecomércio/PE, um incremento de 11% nas compras, bem mais do que o esperado pelos empresários. Para estes, ainda segundo a mesma metodologia, o aumento do faturamento deverá igualar-se a 2%. Mesmo que se desconte da previsão de aumento de gastos dos consumidores a inflação registrada no período, no entorno de 5,5%, eles continuam a ter uma visão mais positiva para o fim de ano superior a dos empresários, notadamente aqueles do comércio tradicional, sobretudo, os da fábrica da moda.

Gráfico 3 - Estimativas de aumento das vendas de fim de ano, segundo os empresários de Caruaru (%)

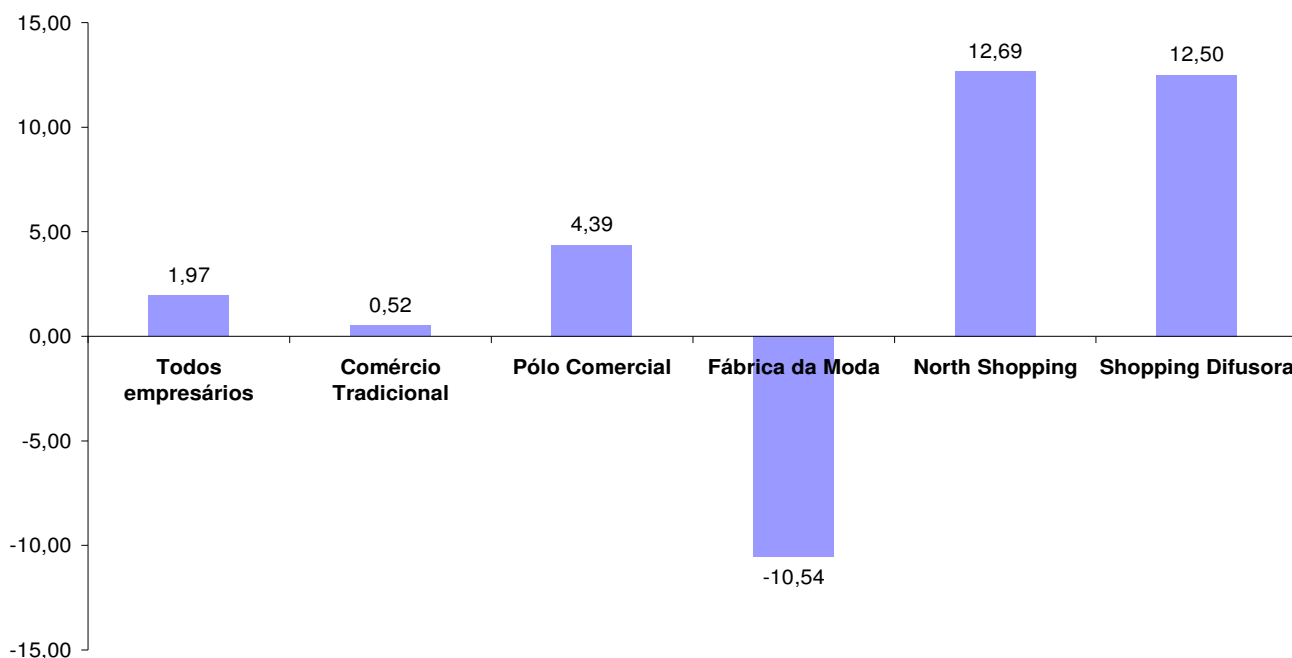
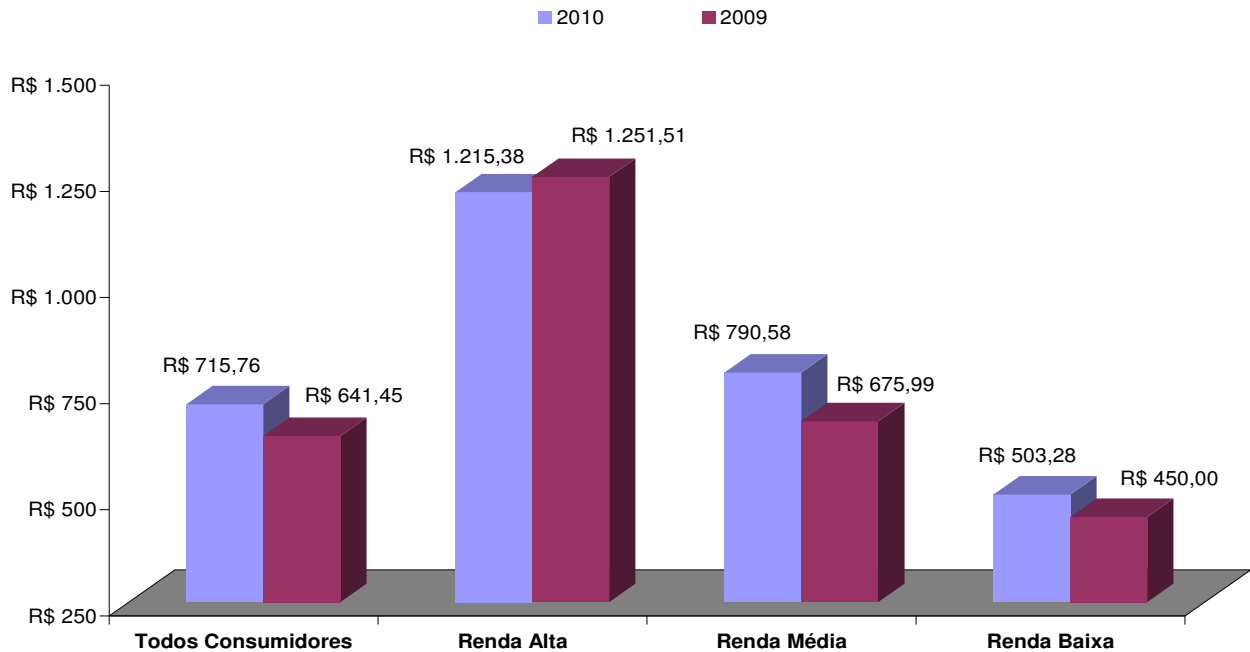


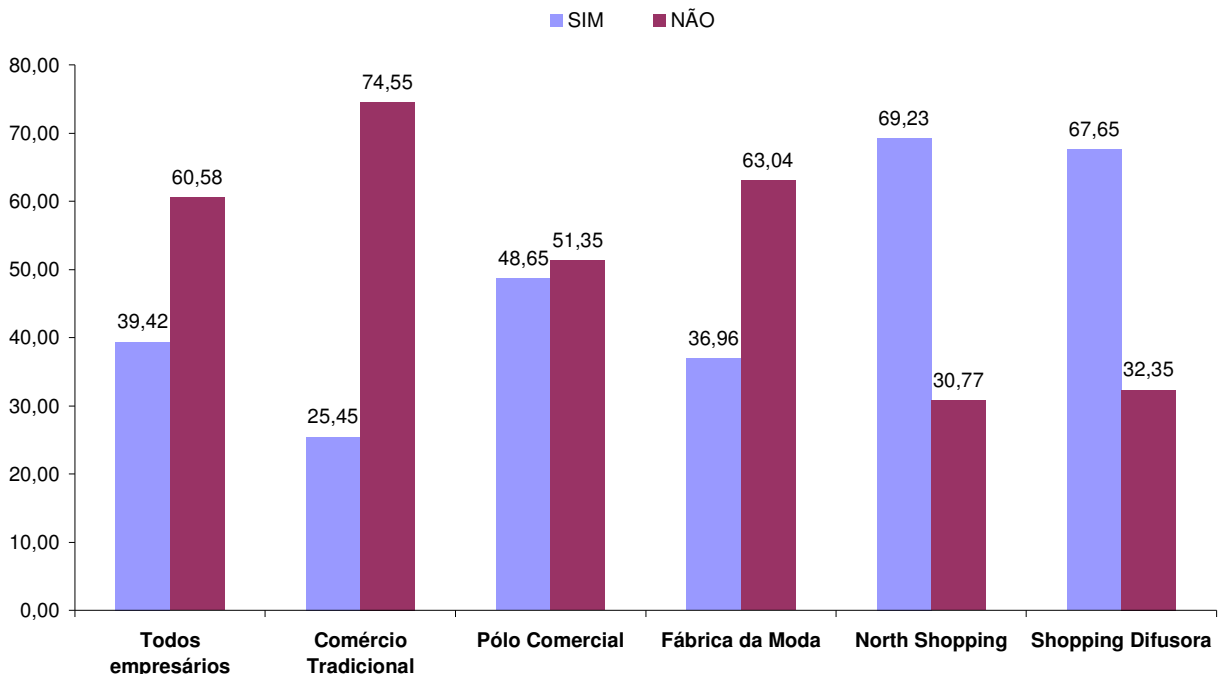
Gráfico 4 - Estimativas de gastos com compras dos consumidores de Caruaru no fim de ano 2010 e 2009 por faixa de renda (R\$)



3 – CONTRATAÇÃO DE MÃO DE OBRA TEMPORÁRIA

A despeito da previsão de pequeno aumento nas vendas de fim de ano por parte das empresas, 40% delas deverão contratar mão de obra temporária. Também neste ponto as diferenças são grandes entre os centros de venda. Nos shoppings, onde o otimismo é forte, quase 70% das empresas farão contratações temporárias, enquanto que no comércio tradicional este percentual não ultrapassa de 25%. Essas contratações deverão estar concentradas mais fortemente nos ramos de vestuário, calçados e produtos eletroeletrônicos e de informática. Como se deveria esperar, os shoppings deverão efetivar um percentual maior da mão de obra contratada, mas mesmo no pólo comercial e no comércio tradicional a intenção de reter mão de obra é alta. No caso do comércio tradicional a expectativa é de reter quase 60% dos contratados, a despeito de uma visão pouco otimista das vendas ao fim de 2010, indicando que a percepção do desempenho dos negócios futuros é mais positiva do que para este fim de ano.

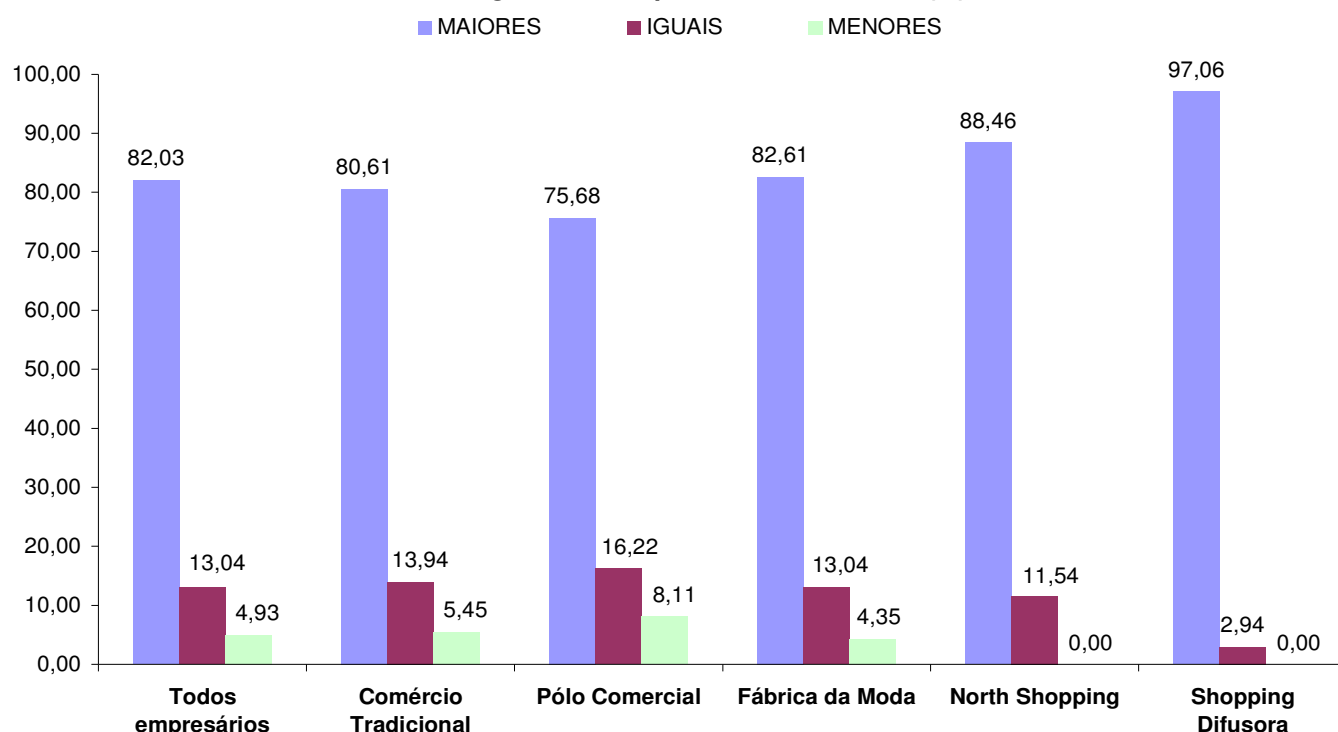
Gráfico 5 - Estimativas da contratação de mão de obra temporária neste fim de ano para os empresários de Caruaru (%)



4 – O COMÉRCIO DE CARUARU EM 2011

Uma explicação para essa aparente contradição pode residir no fato que os empresários estão mesmo muito otimistas em relação ao ano de 2011. Mais de 80% esperam que as suas vendas cresçam no próximo ano em comparação com 2010. Esta visão positiva está disseminada por todas as áreas de venda, mesmo naquelas mais pessimistas em relação ao desempenho neste fim de ano. Nos shoppings, comércio tradicional e pólo comercial mais de 75% esperam que as vendas cresçam no próximo ano e entre eles o percentual dos que admitem queda do faturamento atinge no máximo 8%. Mesmo na fábrica da moda foi registrado um nítido otimismo em relação a 2011, com cerca de 82% esperando um faturamento maior, 13,04% vendas iguais e somente 4,35% admitem que o volume faturado será menor.

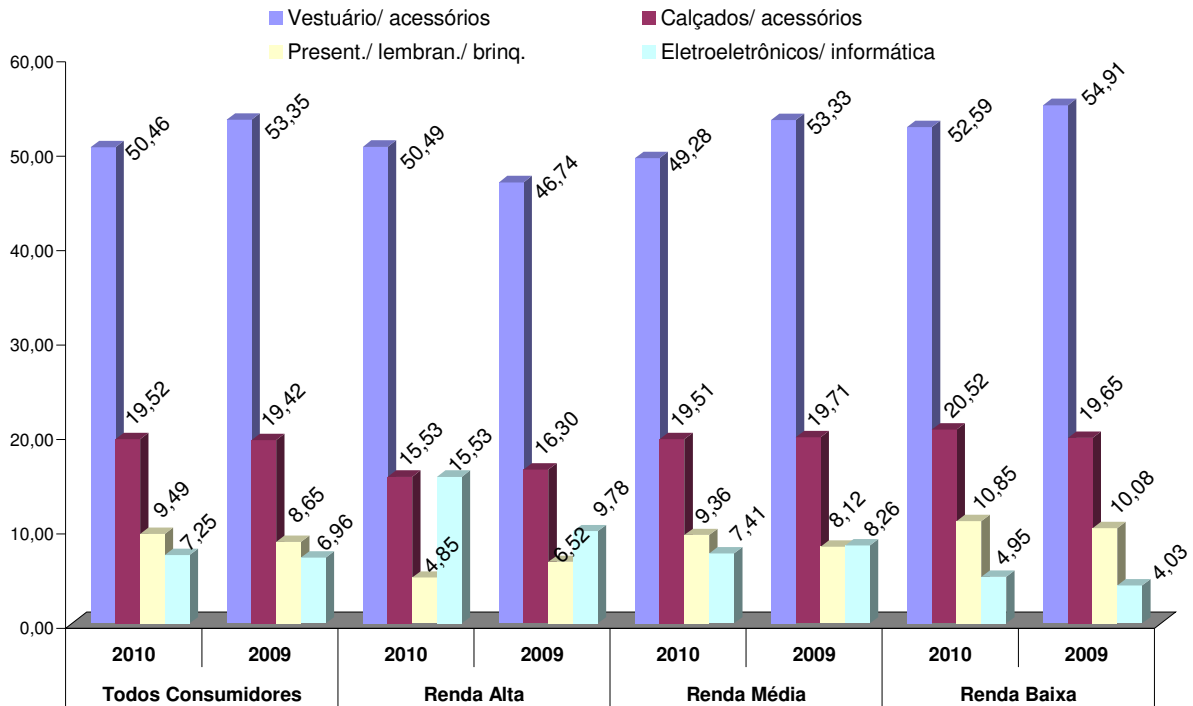
Gráfico 6 - Expectativas de desempenho das vendas para 2011, comparado com 2010, segundo os empresários de Caruaru (%)



5 – PREFERÊNCIAS DOS CONSUMIDORES

Perguntados a respeito das intenções de compras para o fim de ano, os consumidores responderam que os bens mais demandados deverão ser, mais uma vez, os artigos de vestuário, representando a preferência de mais de 50%, seguido de longe por calçados (19,52%), presentes (9,49%) e os produtos eletrônicos e de informática (7,25%). Trata-se, portanto, de um ordenamento de gostos mais próximo do verificado na Região Metropolitana do Recife do que em Garanhuns e Santa Cruz do Capibaribe. Um ponto a destacar é a estabilidade da estrutura das preferências. Quando se comparam os dados de 2010 com os de 2009, percebe-se que a ordenação temporal é muito estável, também entre as classes de renda, na medida em que pouco diferem dos grupos de rendas alta, média e baixa.

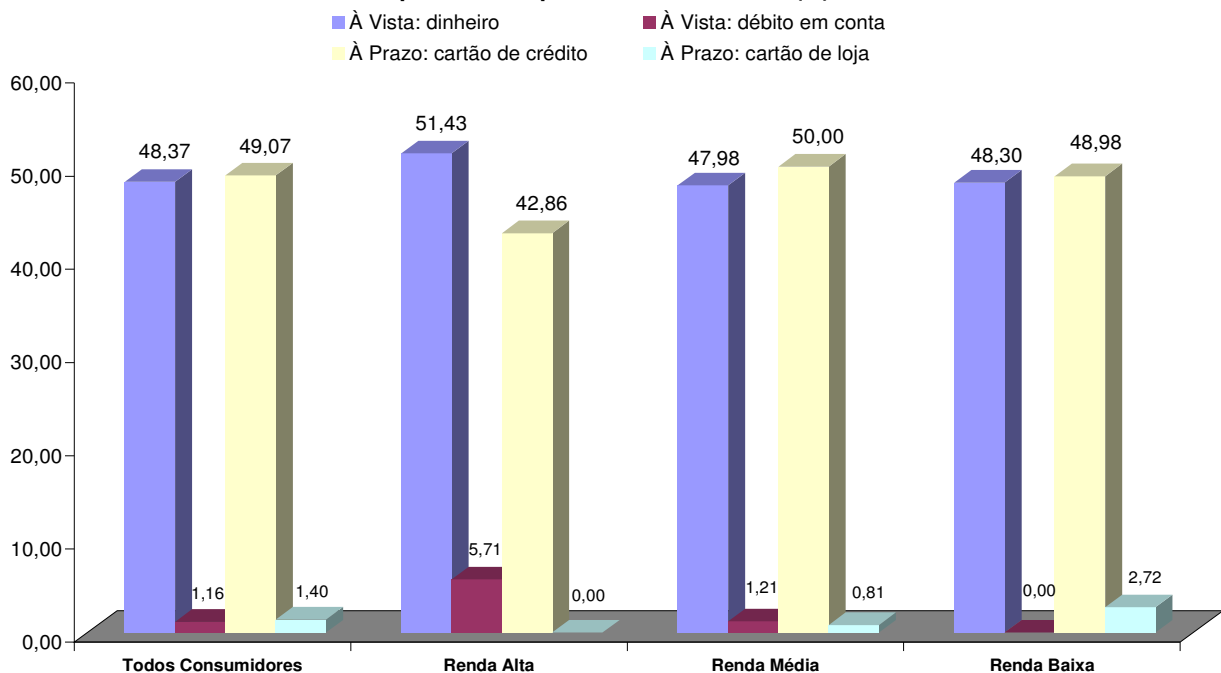
Gráfico 7 - Preferências de compras dos consumidores de Caruaru no fim de ano de 2010 e 2009 (%)



6 – FORMAS DE PAGAMENTO NAS COMPRAS

Em Caruaru assim como nas demais cidades, à exceção de Garanhuns onde é forte a presença dos cartões de lojas, a sondagem constatou a predominância quase absoluta dos pagamentos em cartão de crédito e em dinheiro para as compras de fim de ano. Os demais meios de pagamento têm quase nenhuma importância. Além do mais, a preferência por cartão de crédito e dinheiro praticamente independe da faixa de renda dos consumidores.

Gráfico 8 - Formas de pagamento dos consumidores de Caruaru para as compras neste fim de ano (%)



7 – PÚBLICO PESQUISADO

A sondagem realizada pela Fecomércio/PE ouviu em novembro um total de 482 consumidores a respeito das suas intenções de compras para as festas de fim de ano. Desse total, 211 foram entrevistados no comércio tradicional, 129 nos shoppings, 82 no pólo comercial e 60 na fábrica da moda. A idade média é de 32 anos, sendo 56% mulheres e 44% homens. Durante o mesmo período foram entrevistados 345 empresários, dos quais 165 na área de comércio tradicional, 74 no pólo comercial, 60 nos shoppings e 46 na fábrica da moda.

RESULTADOS GERAIS – EMPRESÁRIOS DE CARUARU

1 - Avaliação das **VENDAS** na RMR neste **FIM DE ANO**, comparado com o **FIM DE ANO DE 2009**:

Discriminação	Todos Empresários		Comércio Tradicional		Pólo Comercial		Fábrica da Moda		North Shopping		Shopping Difusora	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
MAIORES	149	43,19	64	38,79	34	45,95	8	17,39	19	73,08	24	70,59
IGUAIS	86	24,93	46	27,88	15	20,27	15	32,61	4	15,38	6	17,65
MENORES	110	31,88	55	33,33	25	33,78	23	50,00	3	11,54	4	11,76
TOTAL	345	100,00	165	100,00	74	100,00	46	100,00	26	100,00	34	100,00

1.1 - Se **MAIORES**, o percentual de acréscimo é:

Discriminação	Todos Empresários		Comércio Tradicional		Pólo Comercial		Fábrica da Moda		North Shopping		Shopping Difusora	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
20%	37	24,83	15	23,44	8	23,53	2	25,00	4	21,05	8	33,33
10%	32	21,48	14	21,88	5	14,71	3	37,50	6	31,58	4	16,67
30%	20	13,42	10	15,63	2	5,88	2	25,00	1	5,26	5	20,83
50%	16	10,74	5	7,81	9	26,47	0	0,00	1	5,26	1	4,17
15%	15	10,07	8	12,50	4	11,76	0	0,00	1	5,26	2	8,33
25%	8	5,37	5	7,81	1	2,94	0	0,00	1	5,26	1	4,17
5%	7	4,70	3	4,69	0	0,00	0	0,00	3	15,79	1	4,17
35%	3	2,01	1	1,56	0	0,00	0	0,00	1	5,26	1	4,17
40%	3	2,01	2	3,13	1	2,94	0	0,00	0	0,00	0	0,00
60%	3	2,01	0	0,00	1	2,94	1	12,50	0	0,00	1	4,17
80%	3	2,01	1	1,56	1	2,94	0	0,00	1	5,26	0	0,00
70%	2	1,34	0	0,00	2	5,88	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	149	100,00	64	100,00	34	100,00	8	100,00	19	100,00	24	100,00

1.2 - Se MENORES, o percentual de decréscimo é:

Discriminação	Todos Empresários		Comércio Tradicional		Pólo Comercial		Fábrica da Moda		North Shopping		Shopping Difusora	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
20%	22	20,00	11	20,00	6	24,00	4	17,39	1	33,33	0	0,00
30%	20	18,18	7	12,73	4	16,00	8	34,78	1	33,33	0	0,00
15%	18	16,36	12	21,82	4	16,00	2	8,70	0	0,00	0	0,00
10%	12	10,91	6	10,91	3	12,00	1	4,35	1	33,33	1	25,00
40%	11	10,00	6	10,91	1	4,00	4	17,39	0	0,00	0	0,00
50%	9	8,18	3	5,45	3	12,00	3	13,04	0	0,00	0	0,00
25%	7	6,36	6	10,91	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	25,00
5%	3	2,73	2	3,64	0	0,00	1	4,35	0	0,00	0	0,00
60%	3	2,73	0	0,00	2	8,00	0	0,00	0	0,00	1	25,00
70%	2	1,82	2	3,64	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
80%	2	1,82	0	0,00	2	8,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
35%	1	0,91	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	25,00
TOTAL	110	100,00	55	100,00	25	100,00	23	100,00	3	100,00	4	100,00

2 - Contratação de MÃO DE OBRA temporária para o FIM DE ANO na cidade de Caruaru:

Discriminação		Todos Empresários		Comércio Tradicional		Pólo Comercial		Fábrica da Moda		North Shopping		Shopping Difusora	
		Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
TODOS OS RAMOS	SIM	136	39,42	42	25,45	36	48,65	17	36,96	18	69,23	23	67,65
	NÃO	209	60,58	123	74,55	38	51,35	29	63,04	8	30,77	11	32,35
	TOTAL	345	100,00	165	100,00	74	100,00	46	100,00	26	100,00	34	100,00

3 - Estimativas da contratação de MÃO DE OBRA para o fim de ano de 2010 e provável efetivação em 2011:

Discriminação		Todos Empresários		Comércio Tradicional		Pólo Comercial		Fábrica da Moda		North Shopping		Shopping Difusora	
		Temporários 2010	Efetivação 2010	Temporários 2010	Efetivação 2010	Temporários 2010	Efetivação 2010	Temporários 2010	Efetivação 2010	Temporários 2010	Efetivação 2010	Temporários 2010	Efetivação 2010
TODOS OS RAMOS	Nº de empresas	136	75	42	25	36	17	17	6	18	12	23	15
	Média de trabalhadores	2,80	1,87	3,16	2,32	1,80	1,30	1,94	1,33	4,89	2,00	2,70	1,87

4 - Expectativas das VENDAS em Caruaru para o ANO DE 2011 , comparado com o ANO DE 2010 :												
Discriminação	Todos Empresários		Comércio Tradicional		Pólo Comercial		Fábrica da Moda		North Shopping		Shopping Difusora	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
MAIORES	283	82,03	133	80,61	56	75,68	38	82,61	23	88,46	33	97,06
IGUAIS	45	13,04	23	13,94	12	16,22	6	13,04	3	11,54	1	2,94
MENORES	17	4,93	9	5,45	6	8,11	2	4,35	0	0,00	0	0,00
TOTAL	345	100,00	165	100,00	74	100,00	46	100,00	26	100,00	34	100,00

4.1 - Se MAIORES , o percentual de acréscimo é:												
Discriminação	Todos Empresários		Comércio Tradicional		Pólo Comercial		Fábrica da Moda		North Shopping		Shopping Difusora	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
20%	61	21,55	30	22,56	15	26,79	3	7,89	5	21,74	8	24,24
30%	42	14,84	26	19,55	3	5,36	6	15,79	4	17,39	3	9,09
10%	39	13,78	18	13,53	6	10,71	7	18,42	3	13,04	5	15,15
15%	35	12,37	16	12,03	9	16,07	2	5,26	1	4,35	7	21,21
50%	31	10,95	14	10,53	5	8,93	5	13,16	2	8,70	5	15,15
25%	15	5,30	8	6,02	0	0,00	5	13,16	2	8,70	0	0,00
100%	11	3,89	5	3,76	1	1,79	3	7,89	1	4,35	1	3,03
40%	10	3,53	5	3,76	3	5,36	0	0,00	2	8,70	0	0,00
5%	9	3,18	4	3,01	3	5,36	0	0,00	1	4,35	1	3,03
80%	9	3,18	1	0,75	7	12,50	1	2,63	0	0,00	0	0,00
60%	8	2,83	2	1,50	2	3,57	2	5,26	1	4,35	1	3,03
35%	5	1,77	1	0,75	1	1,79	1	2,63	1	4,35	1	3,03
70%	3	1,06	2	1,50	0	0,00	1	2,63	0	0,00	0	0,00
45%	1	0,35	1	0,75	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
55%	1	0,35	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	1	3,03
65%	1	0,35	0	0,00	0	0,00	1	2,63	0	0,00	0	0,00
75%	1	0,35	0	0,00	1	1,79	0	0,00	0	0,00	0	0,00
90%	1	0,35	0	0,00	0	0,00	1	2,63	0	0,00	0	0,00
TOTAL	283	100,00	133	100,00	56	100,00	38	100,00	23	100,00	33	100,00

4.2 - Se MENORES, o percentual de decréscimo é:

Discriminação	Todos Empresários		Comércio Tradicional		Pólo Comercial		Fábrica da Moda		North Shopping		Shopping Difusora	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
20%	6	35,29	1	11,11	4	66,67	1	50,00	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!
10%	3	17,65	2	22,22	1	16,67	0	0,00	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!
30%	3	17,65	3	33,33	0	0,00	0	0,00	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!
50%	3	17,65	1	11,11	1	16,67	1	50,00	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!
5%	1	5,88	1	11,11	0	0,00	0	0,00	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!
70%	1	5,88	1	11,11	0	0,00	0	0,00	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!
TOTAL	17	100,00	9	100,00	6	100,00	2	100,00	0	#DIV/0!	0	#DIV/0!

IDENTIFICAÇÃO DA EMPRESA

RAMO DE ATIVIDADE												
Discriminação	Todos Empresários		Comércio Tradicional		Pólo Comercial		Fábrica da Moda		North Shopping		Shopping Difusora	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Vestuário/ Tecidos	174	50,43	49	29,70	67	90,54	37	80,43	11	42,31	10	29,41
Veículos/ Motos/ Peças	33	9,57	33	20,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Calçados/ acessórios	21	6,09	4	2,42	2	2,70	4	8,70	6	23,08	5	14,71
Cine-foto-som/ Óticas	20	5,80	17	10,30	1	1,35	0	0,00	1	3,85	1	2,94
Utilidades/ Eletroeletrônicos	17	4,93	12	7,27	1	1,35	0	0,00	2	7,69	2	5,88
Supermercados	17	4,93	13	7,88	0	0,00	0	0,00	3	11,54	1	2,94
Móveis/ Decorações	15	4,35	12	7,27	0	0,00	0	0,00	0	0,00	3	8,82
Joalherias/ Bijuterias	15	4,35	3	1,82	3	4,05	3	6,52	2	7,69	4	11,76
Perfumaria/ Cosméticos	13	3,77	6	3,64	0	0,00	1	2,17	1	3,85	5	14,71
Materiais de Construção	13	3,77	13	7,88	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Informática/Celular	5	1,45	1	0,61	0	0,00	1	2,17	0	0,00	3	8,82
Livrarias /Papelerias	1	0,29	1	0,61	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
Combustíveis	1	0,29	1	0,61	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	345	100,00	165	100,00	74	100,00	46	100,00	26	100,00	34	100,00

LOCAIS DE PESQUISA												
Discriminação	Todos Empresários		Comércio Tradicional		Pólo Comercial		Fábrica da Moda		North Shopping		Shopping Difusora	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Comércio Tradicional	165	47,83	165	100,00	-	-	-	-	-	-	-	-
Pólo Comercial	74	21,45	-	-	74	100,00	-	-	-	-	-	-
Fábrica da Moda	46	13,33	-	-	-	-	46	100,00	-	-	-	-
North Shopping	26	7,54	-	-	-	-	-	-	26	100,00	-	-
Shopping Difusora	34	9,86	-	-	-	-	-	-	-	-	34	100,00
TOTAL	345	100,00	165	100,00	74	100,00	46	100,00	26	100,00	34	100,00

RESULTADOS GERAIS – CONSUMIDORES DE CARUARU

GASTOS DE FIM DE ANO comparado aos do FIM DO ANO PASSADO:

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
MAIORES	253	52,49	27	62,79	142	52,40	84	50,00
IGUAIS A 2009	92	19,09	10	23,26	58	21,40	24	14,29
MENORES	137	28,42	6	13,95	71	26,20	60	35,71
TOTAL	482	100,00	43	100,00	271	100,00	168	100,00

COMPRAS nesse FIM DE ANO 2010:

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
SIM	430	89,21	35	81,40	248	91,51	147	87,50
NÃO	52	10,79	8	18,60	23	8,49	21	12,50
TOTAL	482	100,00	43	100,00	271	100,00	168	100,00

COMPRAS no FIM DE ANO PASSADO:

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
SIM	432	89,63	34	79,07	249	91,88	149	88,69
NÃO (passe p/ 9ª)	50	10,37	9	20,93	22	8,12	19	11,31
TOTAL	482	100,00	43	100,00	271	100,00	168	100,00

QUANTO pretende gastar, em média, com as compras no FIM DE ANO 2010:

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Repostas	413	96,05	26	74,29	241	97,18	146	99,32
Não responderam	17	3,95	9	25,71	7	2,82	1	0,68
TOTAL	430	100,00	35	100,00	248	100,00	147	100,00
Gasto médio	R\$ 715,76		R\$ 1.215,38		R\$ 790,58		R\$ 503,28	
Gasto máximo	R\$ 3.000,00		R\$ 3.000,00		R\$ 3.000,00		R\$ 2.500,00	
Gasto mínimo	R\$ 90,00		R\$ 200,00		R\$ 100,00		R\$ 90,00	

QUANTO GASTOU, em média, com as compras no FIM DE ANO 2009:

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Repostas	425	98,38	33	97,06	243	97,59	149	100,00
Não responderam	7	1,62	1	2,94	6	2,41	0	0,00
TOTAL	432	100,00	34	100,00	249	100,00	149	100,00
Gasto médio	R\$ 641,45		R\$ 1.251,51		R\$ 675,99		R\$ 450,00	
Gasto máximo	R\$ 3.000,00		R\$ 3.000,00		R\$ 2.500,00		R\$ 3.000,00	
Gasto mínimo	R\$ 50,00		R\$ 200,00		R\$ 50,00		R\$ 50,00	

FORMAS DE PAGAMENTO nas compras de FIM DE ANO:

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
À Vista: dinheiro	208	48,37	18	51,43	119	47,98	71	48,30
À Vista: débito em conta	5	1,16	2	5,71	3	1,21	0	0,00
À Prazo: cartão de crédito	211	49,07	15	42,86	124	50,00	72	48,98
À Prazo: cartão de loja	6	1,40	0	0,00	2	0,81	4	2,72
TOTAL	430	100,00	35	100,00	248	100,00	147	100,00

Que **TIPOS DE COMPRAS** pretende fazer no **FIM DE ANO 2010**:

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Vestuário/ acessórios	654	50,46	52	50,49	379	49,28	223	52,59
Calçados/ acessórios	253	19,52	16	15,53	150	19,51	87	20,52
Present./ lembran./ brinq.	123	9,49	5	4,85	72	9,36	46	10,85
Eletroeletrônicos/ informática	94	7,25	16	15,53	57	7,41	21	4,95
Móveis/ decorações	44	3,40	2	1,94	34	4,42	8	1,89
Perfumes/ cosméticos	36	2,78	3	2,91	22	2,86	11	2,59
Jóias/ bijuterias	27	2,08	2	1,94	19	2,47	6	1,42
Alimentação/ bebidas	26	2,01	0	0,00	15	1,95	11	2,59
Outros tipos de compras	39	3,01	7	6,80	21	2,73	11	2,59
TOTAL	1296	100,00	103	100,00	769	100,00	424	100,00

Vestuário/ acessórios	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Calças	197	15,20	14	13,59	115	14,95	68	16,04
Roupas	151	11,65	15	14,56	88	11,44	48	11,32
Camisas	142	10,96	11	10,68	83	10,79	48	11,32
Blusas	71	5,48	5	4,85	38	4,94	28	6,60
Vestidos	46	3,55	4	3,88	23	2,99	19	4,48
Roupas infantis	13	1,00	0	0,00	7	0,91	6	1,42
Biquínis	6	0,46	0	0,00	4	0,52	2	0,47
Shorts	6	0,46	0	0,00	5	0,65	1	0,24
Langeries	4	0,31	1	0,97	2	0,26	1	0,24
Bermudas	3	0,23	0	0,00	3	0,39	0	0,00
Saias	3	0,23	0	0,00	2	0,26	1	0,24
Camisetas	2	0,15	0	0,00	2	0,26	0	0,00
Camisolas	2	0,15	1	0,97	1	0,13	0	0,00
Cuecas	2	0,15	1	0,97	1	0,13	0	0,00
Meias	2	0,15	0	0,00	2	0,26	0	0,00
Tecidos	2	0,15	0	0,00	2	0,26	0	0,00
Gravatas	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,24
Pijamas	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
TOTAL	654	50,46	52	50,49	379	49,28	223	52,59

Calçados/ acessórios	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Sapatos	127	9,80	8	7,77	75	9,75	44	10,38
Calçados	46	3,55	5	4,85	27	3,51	14	3,30
Sandálias	44	3,40	2	1,94	27	3,51	15	3,54
Tênis	17	1,31	0	0,00	10	1,30	7	1,65
Bolsas	9	0,69	1	0,97	4	0,52	4	0,94
Cintos	6	0,46	0	0,00	4	0,52	2	0,47
Carteiras	3	0,23	0	0,00	2	0,26	1	0,24
Chinelos	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
TOTAL	253	19,52	16	15,53	150	19,51	87	20,52

Presentes/ lembranças/ brinquedos	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Presentes	94	7,25	3	2,91	53	6,89	38	8,96
Brinquedos	27	2,08	2	1,94	18	2,34	7	1,65
Lembranças	2	0,15	0	0,00	1	0,13	1	0,24
TOTAL	123	9,49	5	4,85	72	9,36	46	10,85

Eletroeletrônicos/ informática	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Eletrodomésticos	26	2,01	5	4,85	12	1,56	9	2,12
Celulares	12	0,93	2	1,94	10	1,30	0	0,00
Televisores	10	0,77	1	0,97	7	0,91	2	0,47
Computadores	8	0,62	2	1,94	6	0,78	0	0,00
Geladeiras	8	0,62	1	0,97	6	0,78	1	0,24
Eletroeletrônicos	4	0,31	2	1,94	2	0,26	0	0,00
Fogões	4	0,31	0	0,00	3	0,39	1	0,24
Notebooks	4	0,31	0	0,00	4	0,52	0	0,00
Aparelhos de som	3	0,23	0	0,00	1	0,13	2	0,47
Câmeras digitais	2	0,15	1	0,97	1	0,13	0	0,00
Impressoras	2	0,15	0	0,00	2	0,26	0	0,00
Máquinas de lavar	2	0,15	0	0,00	0	0,00	2	0,47
Microondas	2	0,15	0	0,00	0	0,00	2	0,47
Vídeos game	2	0,15	0	0,00	1	0,13	1	0,24
Ar condicionados	1	0,08	1	0,97	0	0,00	0	0,00
Batedeiras	1	0,08	1	0,97	0	0,00	0	0,00
Liquidificadores	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Mp3	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,24
Web cans	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
TOTAL	94	7,25	16	15,53	57	7,41	21	4,95

Móveis/ decorações	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Móveis	14	1,08	1	0,97	10	1,30	3	0,71
Enfeites natalinos	5	0,39	0	0,00	5	0,65	0	0,00
Decorações para casa	3	0,23	0	0,00	2	0,26	1	0,24
Sofás	3	0,23	0	0,00	3	0,39	0	0,00
Camas	2	0,15	0	0,00	2	0,26	0	0,00
Colchões	2	0,15	0	0,00	2	0,26	0	0,00
Cortinas	2	0,15	1	0,97	1	0,13	0	0,00
Utilidades para o lar	2	0,15	0	0,00	1	0,13	1	0,24
Armários	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Cadeiras de praia	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Cadeiras escritório	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Cômodas	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Estantes	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,24
Guardas-roupa	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Lençóis de cama	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Mesas	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,24
Toalhas de banho	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Toalhas de mesa	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Travesseiros	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,24
TOTAL	44	3,40	2	1,94	34	4,42	8	1,89

Perfumes/ cosméticos	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Perfumes	32	2,47	1	0,97	20	2,60	11	2,59
Cosméticos	2	0,15	1	0,97	1	0,13	0	0,00
Maquiagens	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Sabonetes	1	0,08	1	0,97	0	0,00	0	0,00
TOTAL	36	2,78	3	2,91	22	2,86	11	2,59

Joias/ bijuterias	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Bijuterias	21	1,62	2	1,94	13	1,69	6	1,42
Relógios	4	0,31	0	0,00	4	0,52	0	0,00
Joias	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Miçangas	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
TOTAL	27	2,08	2	1,94	19	2,47	6	1,42

Alimentação/ bebidas	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Alimentos	15	1,16	0	0,00	8	1,04	7	1,65
Cestas natalinas	7	0,54	0	0,00	4	0,52	3	0,71
Bebidas	2	0,15	0	0,00	2	0,26	0	0,00
Cestas de chocolate	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,24
Panetones	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
TOTAL	26	2,01	0	0,00	15	1,95	11	2,59

Outros tipos de compras	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Livros	8	0,62	2	1,94	3	0,39	3	0,71
Materiais de construção	7	0,54	1	0,97	5	0,65	1	0,24
Viagens	5	0,39	2	1,94	2	0,26	1	0,24
Som para carro	4	0,31	0	0,00	1	0,13	3	0,71
Acessórios para carro	2	0,15	1	0,97	0	0,00	1	0,24
Automóveis	2	0,15	1	0,97	0	0,00	1	0,24
Cd(discos)	2	0,15	0	0,00	2	0,26	0	0,00
Ingressos para show	2	0,15	0	0,00	2	0,26	0	0,00
Dvd(discos)	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Materiais escolares	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Motocicletas	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Óculos	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Passagens aéreas	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
Portas de madeira	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,24
Tintas	1	0,08	0	0,00	1	0,13	0	0,00
TOTAL	39	3,01	7	6,80	21	2,73	11	2,59

Que TIPOS DE COMPRAS fez no FIM DE ANO DE 2009:

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Vestuário/ acessórios	629	53,35	43	46,74	368	53,33	218	54,91
Calçados/ acessórios	229	19,42	15	16,30	136	19,71	78	19,65
Present./ lembran./ brinq.	102	8,65	6	6,52	56	8,12	40	10,08
Eletroeletrônicos/ informática	82	6,96	9	9,78	57	8,26	16	4,03
Móveis/ decorações	49	4,16	7	7,61	24	3,48	18	4,53
Alimentação/ bebidas	28	2,37	3	3,26	16	2,32	9	2,27
Perfumes/ cosméticos	21	1,78	2	2,17	13	1,88	6	1,51
Joias/ bijuterias	11	0,93	2	2,17	5	0,72	4	1,01
Outros tipos de presentes	28	2,37	5	5,43	15	2,17	8	2,02
TOTAL	1179	100,00	92	100,00	690	100,00	397	100,00

Vestuário/ acessórios	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Calças	191	16,20	8	8,70	113	16,38	70	17,63
Roupas	161	13,66	17	18,48	94	13,62	50	12,59
Camisas	147	12,47	6	6,52	94	13,62	47	11,84
Blusas	68	5,77	5	5,43	33	4,78	30	7,56
Vestidos	32	2,71	2	2,17	18	2,61	12	3,02
Bermudas	7	0,59	2	2,17	3	0,43	2	0,50
Roupas infantis	7	0,59	1	1,09	4	0,58	2	0,50
Langeries	5	0,42	1	1,09	1	0,14	3	0,76
Camisetas	3	0,25	1	1,09	1	0,14	1	0,25
Biquinis	2	0,17	0	0,00	2	0,29	0	0,00
Meias	2	0,17	0	0,00	2	0,29	0	0,00
Saias	2	0,17	0	0,00	1	0,14	1	0,25
Casacos	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Shorts	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
TOTAL	629	53,35	43	46,74	368	53,33	218	54,91

Calçados/ acessórios	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Sapatos	119	10,09	10	10,87	72	10,43	37	9,32
Calçados	43	3,65	1	1,09	25	3,62	17	4,28
Sandálias	41	3,48	2	2,17	25	3,62	14	3,53
Tênis	14	1,19	1	1,09	6	0,87	7	1,76
Bolsas	5	0,42	1	1,09	2	0,29	2	0,50
Carteiras	3	0,25	0	0,00	2	0,29	1	0,25
Cintos	2	0,17	0	0,00	2	0,29	0	0,00
Chapéus	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Malas	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
TOTAL	229	19,42	15	16,30	136	19,71	78	19,65

Presentes/ lembranças/ brinquedos	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Presentes	72	6,11	5	5,43	37	5,36	30	7,56
Brinquedos	29	2,46	1	1,09	18	2,61	10	2,52
Lembrançinhas	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
TOTAL	102	8,65	6	6,52	56	8,12	40	10,08

Eletroeletrônicos/ informática	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Eletrodomésticos	15	1,27	1	1,09	12	1,74	2	0,50
Celulares	11	0,93	1	1,09	9	1,30	1	0,25
Aparelhos de DVD	8	0,68	1	1,09	4	0,58	3	0,76
Geladeiras	7	0,59	1	1,09	6	0,87	0	0,00
Aparelhos de som	6	0,51	1	1,09	2	0,29	3	0,76
Televisores	6	0,51	0	0,00	5	0,72	1	0,25
Microondas	5	0,42	0	0,00	3	0,43	2	0,50
Câmeras digitais	4	0,34	0	0,00	3	0,43	1	0,25
Eletroeletrônicos	4	0,34	1	1,09	3	0,43	0	0,00
Liquidificadores	4	0,34	0	0,00	2	0,29	2	0,50
Computadores	3	0,25	1	1,09	1	0,14	1	0,25
Fogões	3	0,25	2	2,17	1	0,14	0	0,00
Ventiladores	2	0,17	0	0,00	2	0,29	0	0,00
Batedeiras	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Chapinhas	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Faxes	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Ferros de passar	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
TOTAL	82	6,96	9	9,78	57	8,26	16	4,03

Móveis/ decorações	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Móveis	14	1,19	4	4,35	4	0,58	6	1,51
Enfeites natalinos	5	0,42	0	0,00	4	0,58	1	0,25
Artigos para casa	4	0,34	1	1,09	1	0,14	2	0,50
Conjuntos de toalha	4	0,34	0	0,00	4	0,58	0	0,00
Decorações para casa	4	0,34	0	0,00	3	0,43	1	0,25
Cortinas	2	0,17	0	0,00	2	0,29	0	0,00
Mesas	2	0,17	0	0,00	1	0,14	1	0,25
Sofás	2	0,17	1	1,09	0	0,00	1	0,25
Armários	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Cadeiras	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,25
Cama-mesa-banho	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,25
Conjuntos de cama	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,25
Conjuntos de jantar	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Conjuntos de lençol	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Conjuntos de mesa	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,25
Conjuntos de panela	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Estantes	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Guarda-roupas	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,25
Móveis do bebe	1	0,08	1	1,09	0	0,00	0	0,00
Panelas	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,25
TOTAL	49	4,16	7	7,61	24	3,48	18	4,53

Alimentação/ bebidas	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Alimentos	17	1,44	2	2,17	9	1,30	6	1,51
Ceias natalinas	6	0,51	1	1,09	3	0,43	2	0,50
Bebidas	5	0,42	0	0,00	4	0,58	1	0,25
TOTAL	28	2,37	3	3,26	16	2,32	9	2,27

Perfumes/ cosméticos	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Perfumes	20	1,70	2	2,17	12	1,74	6	1,51
Estoijos de maquiagem	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
TOTAL	21	1,78	2	2,17	13	1,88	6	1,51

Joias/ bijuterias	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Bijuterias	9	0,76	2	2,17	4	0,58	3	0,76
Relógios	2	0,17	0	0,00	1	0,14	1	0,25
TOTAL	11	0,93	2	2,17	5	0,72	4	1,01

Outros tipos de presentes	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Livros	6	0,51	1	1,09	3	0,43	2	0,50
Viagens	6	0,51	2	2,17	3	0,43	1	0,25
Cd(discos)	3	0,25	1	1,09	1	0,14	1	0,25
Materiais de construção	2	0,17	0	0,00	1	0,14	1	0,25
Materiais escolares	2	0,17	0	0,00	2	0,29	0	0,00
Som para carro	2	0,17	0	0,00	2	0,29	0	0,00
Aluguéis de vestido	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Canetas	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,25
Carinhos de bebê	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,25
Casa	1	0,08	1	1,09	0	0,00	0	0,00
Festas	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
Pagar dívidas	1	0,08	0	0,00	0	0,00	1	0,25
Parabólicas	1	0,08	0	0,00	1	0,14	0	0,00
TOTAL	28	2,37	5	5,43	15	2,17	8	2,02

INFORMAÇÕES SOCIOECONÔMICAS

FAIXAS DE RENDA FAMILIAR

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Até 510R\$ (Até 1SM)	31	6,43	0	0,00	0	0,00	31	18,45
De 511R\$ até 1.530R\$ (Mais de 1SM até 3SM)	137	28,42	0	0,00	0	0,00	137	81,55
De 1.531R\$ até 2.550R\$ (Mais de 3SM até 5SM)	168	34,85	0	0,00	168	61,99	0	0,00
De 2.551R\$ até 5.100R\$ (Mais de 5SM até 10SM)	103	21,37	0	0,00	103	38,01	0	0,00
Mais de 5.101R\$ (Mais de 10SM)	43	8,92	43	100,00	0	0,00	0	0,00
TOTAL	482	100,00	43	100,00	271	100,00	168	100,00

ESTADO CIVIL

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Solteiro	258	53,53	17	39,53	148	54,61	93	55,36
Casado	180	37,34	18	41,86	102	37,64	60	35,71
Divorciado	20	4,15	6	13,95	10	3,69	4	2,38
Viúvo	15	3,11	1	2,33	7	2,58	7	4,17
União estável	9	1,87	1	2,33	4	1,48	4	2,38
TOTAL	482	100,00	43	100,00	271	100,00	168	100,00

ESCOLARIDADE

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Ensino médio	276	57,26	14	32,56	161	59,41	101	60,12
Ensino superior	116	24,07	25	58,14	70	25,83	21	12,50
Ensino fundamental	58	12,03	0	0,00	23	8,49	35	20,83
Pós-graduação	17	3,53	3	6,98	10	3,69	4	2,38
Ensino técnico	13	2,70	0	0,00	7	2,58	6	3,57
Analfabeto	2	0,41	1	2,33	0	0,00	1	0,60
TOTAL	482	100,00	43	100,00	271	100,00	168	100,00

SEXO

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Feminino	270	56,02	17	39,53	151	55,72	102	60,71
Masculino	212	43,98	26	60,47	120	44,28	66	39,29
TOTAL	482	100,00	43	100,00	271	100,00	168	100,00

IDADE

Consumidores de Caruaru	Todos	Classes A/B	Classe C	Classe C/D
Idade média	32	37	31	32
Idade máxima	76	66	76	74
Idade mínima	15	18	15	17

CIDADE DE ORIGEM

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Caruaru	345	71,58	22	51,16	187	69,00	136	80,95
Recife	23	4,77	7	16,28	12	4,43	4	2,38
Bezerros	10	2,07	1	2,33	7	2,58	2	1,19
Maceió(AL)	9	1,87	2	4,65	6	2,21	1	0,60
Gravatá	8	1,66	1	2,33	5	1,85	2	1,19
Belo Jardim	6	1,24	1	2,33	4	1,48	1	0,60
Catende	6	1,24	2	4,65	2	0,74	2	1,19
Palmares	5	1,04	0	0,00	5	1,85	0	0,00
Riacho das Almas	5	1,04	0	0,00	1	0,37	4	2,38
Agrestina	4	0,83	0	0,00	3	1,11	1	0,60
Olinda	4	0,83	0	0,00	4	1,48	0	0,00
Toritama	3	0,62	0	0,00	1	0,37	2	1,19
Garanhuns	3	0,62	1	2,33	2	0,74	0	0,00
Arcoverde	3	0,62	1	2,33	1	0,37	1	0,60
Brejo da Madre de Deus	3	0,62	0	0,00	2	0,74	1	0,60
Jaboatão dos Guararapes	3	0,62	1	2,33	2	0,74	0	0,00
Joao Pessoa(PB)	3	0,62	0	0,00	3	1,11	0	0,00
Paulista	3	0,62	1	2,33	2	0,74	0	0,00
Pesqueira	3	0,62	0	0,00	1	0,37	2	1,19
Santa Cruz do Capibaribe	2	0,41	0	0,00	2	0,74	0	0,00
Altinho	2	0,41	0	0,00	0	0,00	2	1,19
Aracajú(SE)	2	0,41	1	2,33	1	0,37	0	0,00
Bonito	2	0,41	0	0,00	1	0,37	1	0,60
Cachoeirinha	2	0,41	0	0,00	0	0,00	2	1,19
Cupira	2	0,41	0	0,00	2	0,74	0	0,00
Salvador(BA)	2	0,41	1	2,33	1	0,37	0	0,00
Sanharó	2	0,41	0	0,00	2	0,74	0	0,00
Xexeu	2	0,41	0	0,00	1	0,37	1	0,60
Água Preta	1	0,21	0	0,00	0	0,00	1	0,60
Barra de Guabiraba	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
Cabo de Santo Agostinho	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
Camaragibe	1	0,21	0	0,00	0	0,00	1	0,60
Camocim de São Félix	1	0,21	1	2,33	0	0,00	0	0,00
Frei Miguelinho	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
Lajedo	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
Riachão	1	0,21	0	0,00	0	0,00	1	0,60
Rio Largo(AL)	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
Sairé	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
Santo André(SP)	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
Sao Bento do Una	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
São Caetano	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
Sertânia	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
Tucuma(PA)	1	0,21	0	0,00	1	0,37	0	0,00
TOTAL	482	100,00	43	100,00	271	100,00	168	100,00

LOCAIS DE PESQUISA

Consumidores de Caruaru	Todos		Classes A/B		Classe C		Classe C/D	
	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%	Resp.	%
Comércio Tradicional	211	43,78	23	53,49	112	41,33	76	45,24
Pólo Comercial	82	17,01	9	20,93	48	17,71	25	14,88
Fábrica da Moda	60	12,45	1	2,33	36	13,28	23	13,69
North Shopping	68	14,11	6	13,95	45	16,61	17	10,12
Shopping Difusora	61	12,66	4	9,30	30	11,07	27	16,07
TOTAL	482	100,00	43	100,00	271	100,00	168	100,00